

ОБГРУНТУВАННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Сікестіна Н.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Єдиний економічний простір, який формується в результаті інтеграційних та глобалізаційних процесів, змінює не тільки масштаби виробництва, але й конкурентні вимоги до суб'єктів господарювання. Зміни виникають в уявленнях про характеристики товарів на ринку, вимогах споживачів до них. У зв'язку із цим промислові підприємства змушені змінювати умови діяльності на ринку, формуючи нові конкурентні переваги, за допомогою яких можна досягти певний рівень економічної ефективності їхньої діяльності.

Важливе значення для розуміння тенденцій розвитку економіки України має аналіз стану конкурентного середовища. Фактором сталого розвитку національної економіки є створення та подальший розвиток ефективного конкурентного середовища. Саме конкурентне середовище має виконувати роль регулятора темпів і обсягів виробництва, спонукаючи виробника впроваджувати науково-технічні досягнення, підвищуючи продуктивність праці, удосконалюючи технологію, розвивати сервісне обслуговування споживачів, застосовувати нові форми організації праці і системи заробітної плати, витіснити зайвих торгових посередників, впливати на забезпечення розвитку національної економіки за інноваційною моделлю.

Однак зміни в поведінці споживачів, починаючи із середини ХХ-го ст. привели до переосмислення процесу виробництва. До цього головним було високоекономічне виробництво, тоді як у ринкових умовах виникли нові вимоги: обґрунтування номенклатури продукції та об'єму виробництва; забезпечення певного рівня якості продукції; розробка цінової стратегії; нецінові фактори конкурентоспроможності продукції, які забезпечуються перед- і післяпродажними послугами, іміджем товару та виробника продукції; логістичний фактор, який дозволяє забезпечити постійну наявність конкретного товару на ринку і при цьому скоротити період його постачання, а також витрати на нього.

Таким чином, в умовах ринкових відносин підприємству для досягнення конкурентоспроможності продукції необхідно використовувати комплекс маркетингу. Сьогодні суб'єкти господарювання змушені пристосовувати виробництво до змін у потребах споживачів; в умовах конкуренції це приводить до скорочення життєвого циклу продукції, до перегляду всього логістичного ланцюга виготовлення продукції та реалізації товару.

Отже, у сучасних умовах одним з вирішальних факторів розвитку підприємств та забезпечення їхньої економічної ефективності є конкурентоспроможність продукції. При цьому ефективність діяльності значною мірою залежить від ступеня врахування основних факторів, які на неї впливають.